

### La ràdio

Carles Llorens Maluquer

Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi  
Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat  
(Universitat Autònoma de Barcelona)

El bienni radiofònic 2017-2018 a Catalunya es pot caracteritzar per una lenta davallada de l'audiència del mitjà, atribuïble a la crisi d'audiència de la ràdio musical pels canvis de consum musicals dels joves, mentre que la ràdio generalista augmenta els seus oients fins al punt d'arribar a superar per primer cop la ràdio temàtica musical durant els dies feiners. Aquesta fortalesa de la ràdio generalista es deu en part als esdeveniments polítics del 2017 i 2018 a Catalunya, però també a una estabilitat estructural de la seva audiència. En aquest tipus de ràdio, RAC1 i Catalunya Ràdio segueixen augmentant els seus oients, mentre que les cadenes d'abast estatal s'estabilitzen o decauen lleugerament. Pel que fa a la ràdio musical, Los 40 Principales recupera el lideratge per un fort descens dels oients del grup Flaix. L'economia del sector presenta una inversió publicitària que s'ha estabilitzat entorn als 50 milions d'euros anuals, el que ha permès augmentar lleugerament la força laboral fins a arribar a gairebé 700 treballadors. En el terreny tecnològic, continua l'expansió de l'escolta a través d'internet, però el consum principal de la ràdio es fa encara a partir de la FM.

LLORENS MALUQUER, Carles (2019): "La ràdio", a CIVIL I SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 6, pàg. 161-178. ISSN 2014-2773. Disponible a [incom.uab.cat/occ/informe](http://incom.uab.cat/occ/informe)

**L'anàlisi de la ràdio a Catalunya ha de tenir en compte tres nivells de producció i recepció, que es combinen amb tres tipus de titularitat —pública, privada i tercer sector—, als quals cal afegir el context historicocultural: la llarga tradició i estima pel mitjà radiofònic a Catalunya**

.....

1. Aquest text s'ha elaborat en el marc del Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (Universitat Autònoma de Barcelona), reconegut com a Grup Consolidat de Recerca per la Generalitat de Catalunya per al període 2017–2020 (referència 2017 SGR 672).

2. Sentència 78/2017, de 22 de juny (BOE, 19-07-2017) [En línia]. [bit.ly/30CnZZL](http://bit.ly/30CnZZL)

3. Sentència 86/2017, de 4 de juliol (BOE, 19-07-2017) [En línia]. [bit.ly/2JRu7GH](http://bit.ly/2JRu7GH)

4. Directiva (UE) 2018/1808 del Parlament Europeu i del Consell de 14 de novembre de 2018 per la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual [En línia]. [bit.ly/2GfzD5i](http://bit.ly/2GfzD5i)

## **1. Introducció<sup>1</sup>**

L'anàlisi de la ràdio a Catalunya ha de tenir en compte tres nivells de producció i recepció —l'estatal, l'autonòmic i el de proximitat—, que es combinen amb tres tipus de titularitat —pública, privada i tercer sector—, als quals cal afegir el context historicocultural: la llarga tradició i estima pel mitjà radiofònic a Catalunya. Com a resultat, ens trobem amb un mercat saturat i molt competitiu amb un alt nombre d'actors: 787 freqüències legals i 263 programacions diferents en FM (CAC, 2019), a les quals cal afegir-ne unes 120 d'il·legals, segons l'Associació Catalana de Ràdio (ACR) (2016). Per analitzar aquesta complexitat del mapa radiofònic català, les fonts d'informació principals són el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i els informes sobre el sector privat de l'ACR i l'EGM Baròmetre de Catalunya. En els apartats següents es farà una anàlisi dels canvis legals, de l'estructura del sector, dels seus principals indicadors econòmics, de l'audiència, dels aspectes tecnològics i, finalment, dels seus trets lingüístics i sociològics més significatius.

## **2. Una situació regulatòria focalitzada en la lluita contra les emissores pirates**

Durant el bienni 2017–2018 la regulació del sector radiofònic a escala estatal i nacional no ha experimentat grans modificacions, però sí alguns canvis destacables. En primer lloc, la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya s'ha hagut de modificar per les dues sentències del Tribunal Constitucional de 2017 després de la presentació de dos recursos d'inconstitucionalitat, un del president del Govern<sup>2</sup> i un altre de cinquanta parlamentaris del Grup Popular del Congrés dels Diputats.<sup>3</sup> Aquestes sentències estableixen que la gestió de l'espectre radioelèctric és matèria pròpia i exclusiva de l'Estat i cal excloure-la de la llei catalana; que els articles sobre la vigència i renovació de les llicències establertes a la llei catalana no poden contradir el que està estipulat a la llei estatal de 7/2010 i s'han d'eliminar; que la prohibició de la transmissió de llicències de la llei catalana és inconstitucional i aquesta transmissió s'ha de permetre; i que l'obligació que imposa la llei catalana de fer una separació clara entre informacions i opinions és desproporcionada i, per tant, no exigible als operadors. En canvi, les sentències consideren constitucionals les obligacions en matèria lingüística i de l'ús del català mentre no impliquin l'exclusió del castellà ni pretenguin privar el castellà de la qualitat d'ús normal per als prestadors de serveis de comunicació audiovisual a Catalunya.

És evident que a curt termini (concretament el setembre de 2020) caldrà també adaptar la legislació espanyola i catalana a la nova directiva de serveis de comunicació audiovisual aprovada a finals de novembre de 2018.<sup>4</sup> Aquesta directiva busca crear un mercat digital de continguts amb regulacions simètriques per a un mateix servei independentment del suport tecnològic i els actors que el prestin. Això obligarà el Govern d'Espanya i la Generalitat de Catalunya a adaptar la seva regulació de l'audiovisual a les noves normes comunitàries protegint alhora determinats drets dels menors, dels col·lectius de risc, de privacitat, de dades personals, dels consumidors...

Un altre desenvolupament regulatori remarcable és la tramitació del projecte de decret dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre a Catalunya. El Govern va iniciar el procés de consulta de l'esborrany de decret a principis de 2017. El debat s'ha allargat per la voluntat del Govern de fer-lo transparent i participatiu, la qual cosa ha conduït a un gran nombre de consultes, dictàmens i deliberacions, que han impedit fins al moment la seva aprovació definitiva, que es preveu a la tardor de 2019.<sup>5</sup> El projecte de decret regula l'existència d'aquests mitjans, el seu accés a l'espai públic radioelèctric mitjançant llicència o comunicació prèvia, el finançament i el suport tècnic i econòmic de les administracions públiques catalanes per a aquests mitjans i la creació d'un òrgan de participació ciutadana i de consulta. Tanmateix, el desplegament definitiu d'aquest tipus de serveis de comunicació audiovisual depèn encara, en gran mesura, de la reserva per part de l'Estat d'espectre radioelèctric per a la seva prestació, condició prèvia perquè el decret tingui sentit.

Precisament de cara a establir una reserva d'espectre radioelèctric suficient per al tercer sector i garantir-ne la qualitat de les emissions, el Govern està molt interessat en la lluita contra les emissores de ràdio pirates, un assumpte que també preocupa el sector radiofònic de propietat privada. Com ja es va comentar a l'informe anterior, els canvis normatius de la Llei 2/2012<sup>6</sup> donaven eines a la Generalitat per combatre millor l'ocupació il·legal de les ones: el Govern ja podia identificar, inspeccionar i sancionar els propietaris dels immobles des d'on emeten les emissores il·legals, una vella reclamació del sector radiofònic privat català. Segons les seves dades de 2016, la pèrdua d'audiència a causa d'aquestes ràdios sense llicència suposava un 5% sobre el total de l'audiència catalana, és a dir, uns 224.000 oients diaris de mitjana, i una disminució d'ingressos del sector d'uns 2,3 milions d'euros anuals (ACR, 2016). Durant el 2016, la Direcció General de Mitjans de Comunicació, del Departament de Presidència, va dur a terme unes 300 actuacions contra serveis de comunicació audiovisual que emetien sense llicència, 106 de les quals van acabar en actes d'inspecció (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2017).

Tanmateix, aquesta via administrativa no ha aconseguit resultats pràctics per la dificultat i complexitat de l'execució de les possibles sancions que, a més, topen amb una jurisprudència molt protectora en matèria de drets fonamentals. En conseqüència, l'ACR va optar per demandar aquestes emissores davant els ajuntaments per qüestions urbanístiques i ambientals, donat que les sancions en aquests camps són més efectives i ràpides, ja que els ens locals disposen de mitjans i recursos per evitar danys urbanístics i ambientals immediats. L'ACR va denunciar aquestes instal·lacions a l'Ajuntament de Barcelona i, després de constatar la seva inacció, va denunciar l'Ajuntament. Finalment, una sentència del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya de juliol de 2018 obligava l'Ajuntament de Barcelona a obrir expedients a les finques amb instal·lacions il·legals de telecomunicacions a la zona del Carmel en un termini màxim de sis mesos en el marc de les seves competències en urbanisme, activitats i medi ambient.<sup>7</sup> Tot i això, a data de maig de 2019 encara no s'havia tancat cap centre emissor il·legal de la zona del Carmel per part de l'Ajuntament de Barcelona.

## **Un dels desenvolupaments regulatoris remarcables és la tramitació del projecte de decret dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre a Catalunya**

.....

5. Projecte de decret dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre a Catalunya [En línia]. [bit.ly/2XZcbyW](http://bit.ly/2XZcbyW)

6. Llei 2/2012, del 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual (*DOGC*, 27-02-2012) [En línia]. [bit.ly/2zIDhGV](http://bit.ly/2zIDhGV)

7. TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTÍCIA DE CATALUNYA. Sentència estimatòria núm. 652 de la Secció tercera de la sala contenciosa administrativa [En línia]. [bit.ly/2JDR4yq](http://bit.ly/2JDR4yq)

A un nivell regulatori més concret, el de les llicències d'FM, el CAC va resoldre extingir, en un acord del 7 de juny de 2017, les llicències de Sort (94.5 MHz), Vielha e Mijaran (103.0 MHz) i la Vall de Boí (93.9 MHz), que eren titularitat de la societat Llegeix Escriu Escolta Català, SL. Els arguments del CAC eren que la concessionària no les havia utilitzat en el termini de dotze mesos des que s'havia establert l'obligació legal de començar les emissions; l'incompliment reiterat del contingut de la llicència; la pèrdua de les condicions que van justificar l'adjudicació de les llicències i, finalment, la manca del pagament de les taxes corresponents.<sup>8</sup> El CAC també va extingir la llicència de l'emissora de Sant Pere de Ribes-Montgròs, en poder de Publicacions Penedès, en un acord del 10 d'octubre de 2017, per falta d'utilització de la freqüència, incompliments de la llicència i manca de pagament de les taxes corresponents.<sup>9</sup> Aquestes extincions han portat diversos operadors a demanar al CAC que convoqui un concurs públic per a l'adjudicació d'aquestes llicències. La resposta de l'organisme regulador ha estat que es convocarà el concurs quan es disposi de la seguretat jurídica que les llicències esmentades estiguin disponibles i no judicialitzades i se'n pugui acreditar la regularització.<sup>10</sup>

Finalment, la Comisión de Propiedad Intelectual —òrgan administratiu inclòs en la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual de 2018— ha acordat fixar els criteris i les tarifes que les ràdios han de pagar pels drets d'autor de la música que emeten a la Societat d'Artistes Intèrprets o Executants d'Espanya (AIE) i a l'Associació de Gestió de Drets Intel·lectuals (AGEDI). Aquesta és la primera resolució que dicta aquest organisme des de la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual de 2018, per la qual té la competència per decidir l'import de les tarifes en el cas que les entitats de gestió i les associacions d'usuaris no arribessin a un acord. Així doncs, la resolució de la Comisión de Propiedad Intelectual de 20 de setembre de 2018 posa fi a aquest conflicte estipulant que la quantitat a pagar consistirà en un tipus o percentatge que s'aplica sobre una base composta fonamentalment pels ingressos de publicitat. El decisiu és que tant el tipus com la base es modulen en funció de la intensitat i la rellevància de l'ús de música en les emissores de ràdio, amb la qual cosa s'elimina l'efecte pervers de les antigues tarifes per les quals pagaven gairebé el mateix les emissores generalistes que les musicals.<sup>11</sup>

### 3. Estructura estable del sector: desplegament de SER Catalunya i recuperació d'iCat FM

En aquest informe s'han utilitzat les dades disponibles ofertes pel CAC pel que fa a les freqüències legals, ja que té una gran fiabilitat en basar-se en el registre d'operadors. Segons el CAC, a Catalunya existeixen 787 freqüències legals i 263 emissores o programacions diferents en FM (CAC, 2019).

De l'anàlisi detallada de les xifres que es mostren a la taula 1 es desprèn que la ràdio a Catalunya es troba dominada pel sector públic pel que fa a nombre de freqüències. Tal com s'exposa a la taula 1, a finals de 2018, de les 787 amb llicència en ús a les comarques catalanes, 589 eren públiques

8. CAC (2016): Expedient núm. 2/O/2016. Extinció de les llicències per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual de radiodifusió sonora corresponents a les zones de servei de Sort (94.5 MHz), Vielha e Mijaran (103.0 MHz) i la Vall de Boí (93.9 MHz), titularitat de la societat Llegeix Escriu Escolta Català, SL [En línia]. [bit.ly/2xVC3Br](http://bit.ly/2xVC3Br)

9. CAC (2017): Expedient núm. 6/O/2017. Extinció de la llicència per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual de radiodifusió sonora, corresponent a la freqüència 100.9 MHz de Sant Pere de Ribes-Montgròs, titularitat de la societat Publicacions Penedès, SA [En línia]. [bit.ly/32xS6G](http://bit.ly/32xS6G)

10. CAC (2018): Expedient núm. 15/O/2018. Sol·licitud de la societat Audiovisuales Arosa, SL, de convocatòria de concurs públic per a l'adjudicació de llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual de radiodifusió sonora amb modulació de freqüència (FM) [En línia]. [bit.ly/2xSbxbU](http://bit.ly/2xSbxbU)

11. Acuerdo de 16 de noviembre de 2018, de la Sección Primera de la Comisión de Propiedad Intelectual, por el que se publica la Resolución relativa al procedimiento de determinación de tarifas solicitado por la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales y Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión de España (BOE, 5-12-2018) [En línia]. [bit.ly/2XX6SQS](http://bit.ly/2XX6SQS)

(74,8%) i 198 eren privades (25,2%); respecte al bienni anterior han augmentat en 9 les freqüències públiques i s'han mantingut les privades.

**Taula 1. Distribució de freqüències amb llicència d'FM de la ràdio a Catalunya (desembre de 2018)**

	Nombre de freqüències	% del total de freqüències
<b>Públiques</b>	589	74,8
<b>Privades</b>	198	25,2
<b>Total</b>	787	100,0

Font: CAC (2019).

Ara bé, el dibuix del mapa de les freqüències no és complert si, més enllà del nombre de freqüències, no s'analitzen també les programacions que s'hi vehiculen per àmbit i titularitat. En aquest sentit, el CAC ha impulsat en els seus butlletins *BIAC* el concepte d'emissora. Una emissora és el mitjà de comunicació que emet un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències (CAC, 2019). Utilitzant aquesta terminologia, la situació a finals de desembre de 2018 és que una llar prototípica a Catalunya rep més de 30 emissores: 12 d'àmbit nacional, 20 d'estatal i les locals de la seva zona. El detall de la distribució d'emissores és el que es mostra a la taula 2. De les 20 emissores d'àmbit estatal, 5 són públiques (el grup RNE) i 15 són privades. En l'àmbit nacional hi ha 12 emissores: 4 de públiques —el grup Catalunya Ràdio— i 8 de privades. Per tant, es constata un desequilibri numèric en favor de la ràdio estatal i de la privada en l'oferta radiofònica a Catalunya, sempre que s'extreguin les emissores locals de l'equació.

Com a canvis més destacables respecte de l'informe anterior, cal assenyalar, en primer lloc, la tornada a la FM d'iCat FM, que fa augmentar l'oferta d'emissores nacionals públiques de 3 a 4. En segon lloc, cal esmentar el desplegament de SER Catalunya a partir de setembre de 2018, que substitueix la marca SERCat i que aprofita el canvi per passar de 5 freqüències a 8. També cal destacar la desaparició d'una marca històrica de la ràdio temàtica musical, M80, substituïda per Los40 Classic a partir de novembre de 2018, amb 4 freqüències. En l'àmbit local, cal assenyalar la baixa de dues emissores privades a causa de l'extinció de les llicències de Publicacions Penedès i Llegeix Escriu Escolta Català SL, ja comentada a l'apartat anterior.

**Com a canvis més destacables respecte de l'informe anterior, cal assenyalar, en primer lloc, la tornada a la FM d'iCat FM, que fa augmentar l'oferta d'emissores nacionals públiques de 3 a 4**

.....

**Taula 2. Emissores d'FM a Catalunya (desembre de 2018)**

Tipologia de grups	Nombre d'emissores	% del total d'emissores
Emissores estatals públiques	5	1,9
Emissores nacionals públiques	4	1,5
Emissores locals públiques	215	81,7
Emissores estatals privades	15	5,7
Emissores nacionals privades	8	3,0
Emissores locals privades	16	6,1
<b>Total emissores</b>	<b>263</b>	<b>100,0</b>

Font: elaboració pròpia, a partir del CAC (2019).

A partir de les dades de l'*Informe 2017. L'audiovisual a Catalunya* del CAC (CAC, 2018), el nombre de freqüències de les empreses públiques i privades principals que operen a Catalunya es distribueix d'aquesta manera: la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) disposa de 244 freqüències per a les seves 4 programacions: Catalunya Ràdio, Catalunya Música, Catalunya Informació i iCat FM. El grup Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola (CRTVE) disposa de 77 freqüències per a 5 programacions (RNE, Radio Clásica, Radio 3, Radio 5 i Ràdio 4). El grup Prisa és el líder dels operadors privats, ja que disposa de 49 freqüències: 16 per a la Cadena SER, 11 per a Los 40 Principales (C40), 8 per a SERCat (antiga Ona FM), 7 per a Cadena Dial, 4 per a Los40 Classic (antiga M80), 2 per a Máxima FM i 1 per a Radio Olé. El Grupo Godó en té 39 (23 per a RAC1 i 16 per a RAC105); Flaix, 22 (12 per a Flaix FM i 10 per a Ràdio Flaixbac); la COPE, 16 (8 per a COPE, 4 per a Cadena 100 i 4 més per a RockFM); Atresmedia, 15 (6 per a Onda Cero, 6 per a Europa FM i 3 per a Melodía FM); Teletaxi en disposa de 16 (13 per a Radio Tele Taxi i 3 per a Radio RM); Fundació Missatge Humà i Cristià en té 11 de Ràdio Estel; Radio Blanca en té 2 dedicades a Kiss FM i, finalment, Unidad Editorial en dedica 2 a Radio Marca. Davant d'aquesta oferta tan àmplia —30 programacions només en FM—, quin ha estat el comportament de la inversió publicitària en els darrers dos anys?

Les xifres del bienni 2017–2018 (vegeu la taula 3) mostren que la inversió publicitària ha crescut fins als 50 milions d'euros i s'ha estabilitzat, però sense recuperar la situació de precrisi, on es va arribar als 70 milions d'euros anuals. Hi ha una millora: dels 48 milions d'euros el 2016 s'ha passat als 50,7 milions del 2018, la qual cosa suposa un increment del 4,9%, tot i que el retrocés del 2018 respecte del 2017 ha impedit que l'augment fos més gran (ACR, 2019). Cal destacar que la proporció del pes de la inversió publicitària en ràdio a Catalunya respecte a la de l'Estat s'ha mantingut relativament estable en els darrers dos anys al voltant del 10,5%–11%.



**Taula 3. Evolució dels ingressos publicitaris en el sector de la ràdio a Espanya i Catalunya (2005–2018)**

Any	Ingressos publicitaris a Espanya (en milions d'euros)	Variació (%)	Ingressos publicitaris a Catalunya (en milions d'euros)	Variació (%)	Catalunya/Espanya (%)
2008	641	-5,4%	71,1	-5,6%	11,0%
2009	537	-16,2%	57,8	-18,8%	10,7%
2010	548	2,0%	56,4	-2,4%	10,2%
2011	524	-4,3%	50,4	-10,5%	9,6%
2012	453	-13,5%	45,1	-10,6%	9,9%
2013	403	-11,0%	43,0	-4,7%	10,6%
2014	420	4,2%	44,1	2,6%	10,5%
2015	454	8,1%	47,1	6,5%	10,3%
2016	458	0,8%	48,3	2,6%	10,5%
2017	465	1,7%	51,4	6,3%	11,0%
2018	481	3,3%	50,7	-1,4%	10,5%

Font: ACR (2019) per a les dades de Catalunya i elaboració pròpia per a les dades d'Espanya a partir d'INFOADEX (2019).

Pel que fa a l'ocupació, les xifres de l'Associació Catalana de Ràdio (2019) exposades a la taula 4 mostren que el mercat laboral radiofònic segueix la seva lenta recuperació amb més personal contractat i menys col·laboradors. Entre abril de 2016 i febrer de 2019 es produeix un augment del personal a la ràdio privada a Catalunya.

**Taula 4. Personal a la ràdio privada de Catalunya (2008–2019)**

Període	Personal laboral	Col·laboradors	Total
Maig 2008	692	399	1091
Maig 2009	650	326	976
Maig 2010	597	300	897
Abril 2011	583	322	905
Juliol 2012	499	280	779
Abril 2013	388	206	594
Abril 2014	386	184	570
Abril 2015	384	182	566
Abril 2016	435	243	678
Abril 2017	436	251	687
Febrer 2018	456	232	688
Febrer 2019	466	227	693
<b>Diferència (2018–2019)</b>	<b>+10</b>	<b>-5</b>	<b>+5</b>

Font: ACR (2019).

En concret, el personal laboral s'incrementa en 31 persones, i es perden 16 col·laboradors, fet que suposa, en síntesi, un augment global de 15 persones, gràcies a l'increment del personal laboral durant el període.

Per tant, la situació econòmica del sector de la ràdio a Catalunya progressa durant el bienni però de manera molt moderada. Pel que fa al pes de les subvencions en el finançament de la ràdio privada a Catalunya,

**El fet més destacable pel que fa a l'audiència radiofònica d'aquest bienni és la sagnia de la ràdio temàtica musical en perdre gairebé 3,5 punts de penetració respecte de l'any 2016, que és la responsable principal del retrocés en 2 punts de l'escolta de la ràdio a Catalunya**

.....

i en concret de les subvencions a la ràdio privada que emet en català o aranès, la taula 5 recull la llista i la quantitat de subvencions que han rebut els operadors a Catalunya entre 2017 i 2018. Com es pot observar, les xifres totals representen aproximadament l'1% i escaig de la inversió publicitària a Catalunya en el mitjà radiofònic, per la qual cosa el seu impacte és molt més gran en emissores petites que en les grans cadenes.

**Taula 5. Subvencions de la Generalitat a la ràdio privada que emet en català o aranès (2017–2018)**

Grup/empresa	Emissores	2017	2018
Radiocat XXI	RAC1 i RAC105	157.708	159.039
Grup Flaix	Flaixbac i Flaix FM	100.449	100.162
Ràdio Olot	Ràdio Olot	63.811	69.588
Fundació Misstage Humà i Cristià	Ràdio Estel	53.924	57.432
Grupo Simalro	UA1 Ràdio (Lleida)	49.033	48.646
Ràdio Ripoll	Ràdio Ripoll	37.035	38.078
Comunicacions dels Ports	Els Ports Ràdio	34.222	38.525
Canal Maestrat	Ràdio Maestrat	35.313	35.515
Montcau Produccions	Ràdio Tremp	35.626	29.319
Mitjans Audiovisuals d'Osona <sup>A</sup> / Catalana de Televisió Local	El 9 FM	24.798	25.630
Imagina Ràdio	Imagina Ràdio (Tortosa)	26.239	21.432
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió	Pròxima FM (Puigcerdà)	23.636	13.455
D-9 Comunicació	Joy FM (Platja d'Aro)	16.361	16.018
Ràdio i Televisió de la Catalunya Nova	Ràdio Valls Hit 103	14.999	16.163
Ràdio Marina	Ràdio Marina	13.696	13.455
Mola TV	Digital Hits (Amposta i Puigcerdà)	12.067	13.485
<b>Total</b>		<b>700.934</b>	<b>697.960</b>

<sup>A</sup> Societat extingida el 2017 i substituïda per Catalana de Televisió Local.

Font: GENERALITAT DE CATALUNYA (2019), "Registre d'Ajuts i Subvencions de Catalunya (RAISC)". [En línia]. [bit.ly/2OjUsCO](https://bit.ly/2OjUsCO)

#### **4. Audiències: la ràdio generalista supera la ràdio temàtica musical**

El fet més destacable pel que fa a l'audiència radiofònica d'aquest bienni és la sagnia de la ràdio temàtica musical en perdre gairebé 3,5 punts de penetració respecte de l'any 2016, que és la responsable principal del retrocés en 2 punts de l'escolta de la ràdio a Catalunya (vegeu la taula 6). En canvi, la ràdio generalista mostra una fortaleza envejable, ja que ha recuperat 1,9 punts respecte de l'any 2016. De fet, el 2018 s'ha produït un fet inèdit: la ràdio generalista és escoltada els dies feiners per més oients que la ràdio temàtica musical: 32,7% de la població catalana vs.



32,4%, respectivament. En xifres absolutes això significa que una mitjana diària de 2,068 milions de catalans han escoltat les cadenes generalistes els dies feiners de 2018, mentre que 2,049 milions han escoltat ràdio temàtica musical. És evident que els esdeveniments polítics entorn a l'1 d'octubre de 2017 i posteriors han influït en aquesta major escolta de la ràdio generalista, però tampoc sembla un fenomen estrictament conjuntural si es revisen les xifres dels darrers 6 anys, on s'aprecia que la fortalesa de la ràdio generalista ve de lluny. Per tant, la ràdio temàtica musical és el problema de l'audiència radiofònica.

Si s'analitza a escala general, l'escolta de ràdio global de dilluns a divendres segueix el lleu descens apreciat en els darrers informes, tal com recull la taula 6. En els dos darrers anys el descens ha estat del 4%, en passar-se d'una penetració del 63,6% al 61%. És una disminució de 2,6 punts, la qual cosa suposa en nombres absoluts la pèrdua de 155.000 oients respecte del bienni anterior. Com ja s'ha explicat, el responsable principal n'és la ràdio temàtica musical, perquè la ràdio generalista ha guanyat 29.000 oients en dos anys, mentre que la ràdio temàtica musical n'ha perdut 156.000. Per la seva banda, la ràdio temàtica informativa n'ha perdut 29.000 i segueix el seu descens a un ritme superior a la mitjana del total de l'escolta radiofònica, fet que posa en qüestió aquest model de ràdio.

Pel que fa a minuts d'escolta, la tendència també és a la baixa amb descensos que ronden l'1%. A Catalunya es van escoltar de mitjana uns 100 minuts de ràdio diaris el 2018, mentre que a Espanya se'n van escoltar 99. Dos anys abans, el 2016, els catalans n'escoltaven 101 minuts i els espanyols, 104: s'han perdut 4 minuts a Espanya i 2 a Catalunya (AIMC, 2017; 2019).

**Pel que fa a minuts d'escolta, la tendència també és a la baixa amb descensos que ronden l'1%. A Catalunya es van escoltar de mitjana uns 100 minuts de ràdio diaris el 2018, mentre que a Espanya se'n van escoltar 99**

.....

**Taula 6. Evolució del consum de ràdio, en percentatge de població, a Catalunya i Espanya (2013–2018)**

	Tipus de consum	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Diferència 2017–2018
<b>Catalunya</b>	Total ràdio	65,7	63,6	65,1	63,0	63,6	61,0	–4,09%
	Generalista	31,1	31,3	31,8	30,8	32,3	32,7	+1,24%
	Musical	40,3	38,6	36,3	35,9	34,9	32,4	–7,16%
	Informativa	4,4	4,0	3,8	3,6	3,4	2,9	–14,71%
<b>Espanya</b>	Total ràdio	64,2	63,9	62,9	62,6	62,1	60,4	–2,74%

Nota: penetració sobre el total de població de Catalunya i Espanya de 14 anys o més. Audiència de dilluns a divendres. En les dades de Catalunya, el total és inferior a la suma de les parts, ja que hi pot haver part de la població que escolti més d'un tipus de ràdio.

Fonts: EGM Baròmetre Catalunya (acumulat tercera onada 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 i 2018) i Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2014, 2015, 2016, 2017, 2018 i 2019).

En relació amb la distribució per emissores, l'anàlisi de la taula 7 permet observar que les cadenes de ràdio generalistes experimenten una recuperació d'oients, excepte la Cadena SER, que en perd 13.000, i la cadena COPE, que en perd 6.000. El líder, RAC1, sembla no tenir sostre

i arriba als 909.000 oients els dies feiners en guanyar 31.000 oients en només dos anys. Catalunya Ràdio en guanya 9.000, però s'allunya del líder malgrat tenir els millors resultats dels darrers 6 anys. Unes xifres que contrasten amb la davallada de la Cadena SER, tot i que manté el tercer lloc a Catalunya. Caldrà analitzar en propers anys si l'aposta del grup Prisa per potenciar la seva programació en català impulsant la marca SER Catalunya i amb la incorporació de Josep Cuní dona resultats pel que fa a audiència. La resta de canvis són menors i no impliquen modificacions en les posicions. La COPE és quarta, tot i perdre 6.000 oients, mentre que Onda Cero, cinquena, en guanya 2.000 i RNE, sisena, recupera 9.000 oients. En definitiva, no hi ha canvis significatius: un líder que eixampla la seva audiència i es distancia del segon, Catalunya Ràdio, que també creix, però menys, mentre que les emissores estatals o bé experimenten un descens o bé es mantenen estables.

**Taula 7. Audiència de la ràdio de programació generalista segons l'EGM, en milers de persones, a Catalunya (2013–2018)**

Emissores		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Diferència (2017–2018)
1	RAC1	699	786	802	794	878	909	31
2	Catalunya Ràdio	570	580	617	574	635	644	9
3	SER	408	383	381	365	361	348	-13
4	COPE	171	160	165	177	195	189	-6
5	Onda Cero	146	143	110	110	144	146	2
6	RNE	119	110	164	123	119	128	9
7	Ràdio 4	16	17	5	7	8	n. d. <sup>A</sup>	n. d.
8	esRadio	16	18	8	n. d.	11	n. d.	n. d.

<sup>A</sup> n.d.: dades no disponibles

Nota: audiència acumulada diària. Població de 14 anys o més. Dies feiners.

Font: EGM Baròmetre Catalunya (acumulat tercera onada 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 i 2018).

El lideratge i l'avantatge de RAC1 respecte als seus competidors en la ràdio generalista de Catalunya és encara més clar si es pren en consideració la seva quota de mercat d'audiència (com en televisió, part que correspon a aquesta emissora de tots els minuts de ràdio consumits en el període). En el repartiment del consum de programació generalista, correspon a RAC1 una xifra gairebé sempre per damunt del 40% del total i que ha crescut el darrer any, mentre que Catalunya Ràdio es queda al voltant del 20% i la Cadena SER, prop del 13%.

Pel que fa a la ràdio musical, com es pot apreciar a la taula 9, a banda d'un descens general d'oients important, cal destacar la recuperació del lideratge de Los 40 Principales en detriment de Flaixbac, en guanyar C40 19.000 oients en dos anys i perdre'n 80.000 la cadena del grup Flaix. El tercer lloc és un empat quasi exacte

entre Flaix, Cadena Dial i Cadena 100. Les tres perden oients, però sobretot ho fa Cadena 100, que en perd 35.000. Però les davallades més significatives, més enllà de la de Flaixbac, són les d'Europa FM i RAC105.

**Taula 8. Quota d'audiència de les cadenes de ràdio generalistes a Catalunya, a partir de la tercera onada de l'EGM (2014–2018)**

Emissores	2014	2015	2016	2017	2018
RAC1	40,7%	41,8%	41,3%	41,3%	42,1%
Catalunya Ràdio	21,8%	22,0%	22,9%	23,0%	22,6%
SER	15,4%	16,0%	15,0%	13,4%	12,9%
COPE	5,4%	6,7%	7,3%	8,8%	8,3%
Onda Cero	7,3%	5,1%	5,2%	4,9%	5,2%
RNE	4,7%	5,3%	4,6%	4,7%	4,7%
Altres	4,5%	3,1%	3,7%	3,9%	4,2%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Font: CAC (2017c), *Llibre Blanc de l'Audiovisual*, p. 46 (2014 i 2015) i dades de l'EGM BARÒMETRE CATALUNYA (2016, 2017 i 2018).

L'emissora del grup Atresmedia perd 77.000 oients en dos anys i RAC105 en perd 70.000. Com a resultats positius trobem RockFM, que segueix el seu creixement i guanya 12.000 oients; Radio Tele Taxi, que recupera 16.000 oients i arriba a l'audiència del 2016; i finalment, M80, que en guanya 10.000. Es mantenen estables o amb petites davallades d'oients Kiss FM, Radio Olé, RNE 3, Radio Marca, Ràdio Estel i Màxima FM. Com a novetats en el camp de l'audiència cal destacar l'entrada d'iCat FM amb 17.000 oients i l'aparició de l'emissora il·legal Loca FM amb 32.000 oients.

**Taula 9. Audiència d'emissores de ràdio temàtica, en milers de persones (2013–2018)**

Emissores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Diferència (2017–2018)
1 Los 40 Principales	384	326	306	283	300	319	19
2 Ràdio Flaixbac	261	272	292	344	349	269	-80
3 Flaix FM	323	279	280	252	244	215	-29
4 Cadena Dial	227	259	276	241	226	215	-11
5 Cadena 100	212	210	209	232	249	214	-35
6 Europa FM	256	234	264	253	261	184	-77
7 RockFM	37	147	160	188	158	170	12
8 RAC105	268	243	227	222	238	168	-70
9 Radio Tele Taxi	148	136	164	160	144	160	16
10 Catalunya Informació	147	135	128	115	123	103	-20
11 M80	170	131	125	107	84	94	10
12 Kiss FM	82	79	88	86	90	88	-2
13 Màxima FM	107	115	104	78	74	68	-6

continua >>>

**En el repartiment del consum de programació generalista, correspon a RAC1 una xifra gairebé sempre per damunt del 40% del total i que ha crescut el darrer any, mentre que Catalunya Ràdio es queda al voltant del 20% i la Cadena SER, prop del 13%**

.....

14	Radio Marca	87	93	77	66	61	56	-5
15	Onda Melodía / Melodía FM	16	15	24	45	63	52	-11
16	Radio 3 (RNE)	51	45	47	54	47	47	0
17	Radio Olé	42	53	43	49	38	36	-2
18	Catalunya Música	38	34	29	38	42	33	-9
19	Loca FM	-	-	-	-	-	32	32
20	iCat FM	-	-	-	-	13	17	4
21	Ràdio Estel	16	10	14	10	14	14	0
22	Radio Clásica (RNE)	9	9	13	13	9	12	3
23	Ràdio Marina			9	18	11	10	-1
24	Radio 5 Todo Noticias	18	10	18	18	17	9	-8

Nota: audiència acumulada diària. Població de 14 anys o més. Dies feiners.

Font: EGM BARÒMETRE CATALUNYA (acumulat tercera onada 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 i 2018).

Si s'analitza on s'estan perdent oients a la ràdio musical (vegeu la taula 10), es detecta que del 2016 al 2018 la penetració de la ràdio generalista ha pujat pràcticament en tots els sectors d'edat i en ambdós sexes. En canvi, la ràdio temàtica musical ha perdut 4,5 punts de penetració entre el públic femení des del 2016, i el 2018 se situa en el 31,3%. Pel que fa a les franges d'edat, l'oient més jove ha abandonat significativament la ràdio temàtica musical, en perdre 9,1 punts de penetració en tres anys i situar-se en el 38,4%. Rellevant és també la pèrdua entre els joves de 20 i 24 anys amb 7 punts de caiguda. A partir dels 25 anys, el descens és menor, al voltant de 3-4 punts, fins a arribar als 55 anys, que s'estabilitza. De cara al futur del mitjà, aquesta pèrdua de l'oient més jove de la ràdio temàtica musical és preocupant.

**Taula 10. Variació de l'audiència de ràdio, per variables sociodemogràfiques, a Catalunya (2016–2018)**

	Total ràdio	Ràdio generalista	Ràdio temàtica musical
<b>Home</b>	<b>-1,8</b>	<b>1,4</b>	<b>-2,6</b>
<b>Dona</b>	<b>-2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>-4,5</b>
14 a 19 anys	-7,9	1,2	-9,1
20 a 24 anys	-3,6	0,8	-7,0
25 a 34 anys	-2,6	2,6	-3,1
35 a 44 anys	-3,8	0,2	-4,3
45 a 54 anys	0,6	5,3	-3,6
55 a 64 anys	1,2	1,9	-0,7
65 anys i més	-2,2	-0,2	-1,4

Nota: mitjana diària de dilluns a diumenge. Població de 14 anys o més.

Font: elaboració pròpia a partir de l'EGM BARÒMETRE CATALUNYA (acumulat tercera onada 2016, 2017 i 2018).

Pel que fa a l'audiència de la ràdio informativa, si s'analitza la taula 11, es pot apreciar una crisi més estructural que conjuntural del model. Hi

ha un descens de 32.000 oients entre el 2017 i el 2018, tot i el repunt del 2017 pels fets polítics de l'1-O. Cal destacar els descensos de 20.000 oients de Catalunya Informació en dos anys, de Radio 5 Todo Noticias en 8.000 oients i de Radio Marca, que n'ha baixat 5.000.

**Taula 11. Audiència de les emissores informatives, en milers de persones, a Catalunya (2013–2016)**

Emissores		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Difrerència (2017–2018)
1	Catalunya Informació	147	135	128	115	123	103	–20
2	Radio Marca	87	93	77	66	61	56	–5
3	Radio 5 Todo Noticias	18	10	18	18	17	9	–8

Nota: audiència acumulada diària. Població de 14 anys o més. Audiència de dilluns a divendres.

Font: EGM BARÒMETRE CATALUNYA (acumulat tercera onada 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 i 2018).

## 5. Innovacions tecnològiques: l'expansió del consum per internet

L'escolta de la ràdio per altres canals de distribució més enllà de la freqüència modulada és encara minoritària, però ja significativa, tot i que es combina amb l'escolta tradicional. Per primer cop, el 2018 l'EGM recull dades sobre consum de ràdio per *streaming* i en format podcast. A la taula 12, s'observa que l'escolta per internet en general té una penetració del 5,6% entre la població total de Catalunya, unes 352.000 persones o un 10% de l'escolta per FM. L'*streaming* és dominant amb un 4,5% de penetració, i el podcast arriba a l'1,3% de la població, unes 82.000 persones. Per la seva banda, l'escolta a través de la TDT és encara més petita, amb un 0,9% de població, el que representaria 57.000 persones.

Es pot dir que el fenomen comença a tenir importància, però és difícil analitzar-ne l'evolució temporal correctament per la manca de dades públiques, per la diferència de definicions sobre el que s'entén com a usuaris únics i pels canvis dels principals webs radiofònics a Catalunya, que busquen precisament agrupar marques per aconseguir més trànsit.

En el passat informe, es va explicar com les emissores generalistes més importants intentaven superar l'etapa primerenca de la tecnologia digital entesa com a nova eina de distribució i que feia possible la participació del públic posant en marxa nous programes i continguts que només es poden consumir a la xarxa, com els Podium Podcast de Prisa o el +CatRàdio de Catalunya Ràdio, o incorporant la transmissió de programes de ràdio pel web. En aquest sentit, la mesura d'audiències d'aquestes noves propostes encara avui dia és un dels punts crítics que cal resoldre. Com es pot observar a la taula 13, les xifres són massa dispers

**L'escolta de la ràdio per altres canals de distribució més enllà de la freqüència modulada és encara minoritària, però ja significativa, tot i que es combina amb l'escolta tradicional. Per primer cop, el 2018 l'EGM recull dades sobre consum de ràdio per *streaming* i en format podcast**

.....

**Es detecta que del 2016 al 2018 la penetració de la ràdio generalista ha pujat pràcticament en tots els sectors d'edat i en ambdós sexes**

.....

o no es troben disponibles per a determinats operadors per poder fer comparacions amb una certa base.

**Taula 12. Evolució de la penetració de la ràdio a Catalunya per canal, en percentatge i en dades absolutes, en milers de persones (2018)**

Canals	Percentatge	Dades absolutes
FM	55,2	3.371
Ràdio per internet	5,6	352
Internet <i>streaming</i>	4,5	284
Internet podcasting	1,3	82
Ràdio per TDT	0,9	57
<b>Total</b>	<b>57,9</b>	<b>3.665</b>

Nota: penetració en % sobre el total de població. Audiència acumulada diària de dilluns a diumenge.

Font: EGM Baròmetre Catalunya (2018).

**Taula 13. Dades del consum de ràdio per internet i operador (2018)**

Operador		Gener de 2018	Desembre de 2018
<b>rac1.cat</b>	Visitants únics (milers)	963,0	679,0
	Nombre total de pàgines vistes (milions)	9,0	6,0
	Mitjana de minuts per visita	2,3	6,5
<b>cadena-ser.com</b>	Visitants únics (milers)	n. d. <sup>A</sup>	817,0
	Nombre total de pàgines vistes (milions)	n. d.	3,0
	Mitjana de minuts per visita	n. d.	2,6
<b>cope.es</b>	Visitants únics (milers)	280,0	509,0
	Nombre total de pàgines vistes (milions)	3,0	2,0
	Mitjana de minuts per visita	6,1	1,6

<sup>A</sup> n.d.: dades no disponibles.

Font: COMSCORE (2017 i 2018).

## 6. Qüestions socials: el català a la ràdio és cada cop més escoltat

La ràdio en català no deixa de guanyar terreny a Catalunya. Com que, a més, és un mitjà d'alta penetració (61% el 2018), el seu impacte en l'ús social de la llengua és cabdal. Les darreres dades publicades pertanyen al Departament de Cultura i corresponen a l'any 2017 (vegeu la taula 14). L'equilibri de 2015 entre català i castellà s'ha trencat en favor del català en créixer gairebé 10 punts en just dos anys. S'ha passat del 64,1% de la població que afirmava que escoltava la ràdio en català a un 73,2%. El castellà ha experimentat una davallada similar: del 62% al 53,3%. La situació predominant del català a la ràdio s'explica en part pel lideratge



d'emissores en català a la ràdio generalista (RAC1 i Catalunya Ràdio) i per l'èxit de la radiofórmula en català del grup Flaix i les desconexions en català de les cadenes estatals.

**Taula 14. Ús de la llengua de consum de ràdio sobre el total d'oients, en percentatge, a Catalunya (2015–2017)**

Llengua de consum	2015	2016	2017
Català	64,1	68,7	73,2
Castellà	62,0	54,5	53,3
Altres llengües	5,7	2,7	3,8

Nota: pregunta d'opció múltiple sobre el total de consumidors del mitjà.

Font: Departament de Cultura (2016, 2017 i 2018).

Un segon impacte social de primer ordre és també la funció informativa de la ràdio. En els 2 darrers anys, però, la seva importància en aquesta funció s'ha estabilitzat després de la caiguda de fa 4 anys. Segons el Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO), la ràdio va ser utilitzada pel 31,4% dels catalans per informar-se de temes polítics el 2018, un descens mínim d'un punt respecte de l'any 2016. La premsa en paper, en canvi, segueix la seva caiguda com a font d'informació i ja es troba a menys de 3 punts per damunt de la ràdio, que resisteix millor la pujada d'internet en aquest aspecte.

**Taula 15. Evolució de l'ús de mitjans com a informadors de temes polítics, en percentatge, a Catalunya (2008–2018)**

Mitjà	2008	2012	2016	2018
Televisió	81,4	85,1	80,1	72,1
Premsa	63,4	64,1	39,9	34,1
Ràdio	36,0	46,0	32,4	31,4
Internet	15,3	41,7	39,2	44,0

Nota: pregunta formulada: "Vostè, a través de quins mitjans s'acostuma a informar dels temes polítics?" Multiresposta.

Font: BARÒMETRE D'OPINIÓ POLÍTICA DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA. Tercera onada (2008, 2012, 2016 i 2018).

## 7. Conclusions

La ràdio a Catalunya presenta una situació econòmica estable o de lleugera millora respecte del bienni anterior, que no és la millor notícia en un entorn de fort creixement econòmic general. L'ocupació i la inversió publicitària augmenten poc i, per tant, la ràdio no s'ha beneficiat d'aquest creixement. Pel que fa a l'audiència, el mitjà també presenta una situació ambivalent. La seva penetració a Catalunya ha

**Es pot dir que  
el fenomen del  
consum de ràdio  
per internet  
comença a tenir  
importància, però  
és difícil  
analitzar-ne  
l'evolució  
temporal  
correctament  
per la manca de  
dades públiques**

.....

baixat entre 2017 i 2018 fins al 61%, un descens del 4%, però la causa principal d'aquesta davallada la trobem en la caiguda d'audiència de la ràdio temàtica musical, que disminueix un 7,1%, perquè la generalista puja un 1,2% i supera per primer cop els dies feiners l'escolta de ràdio temàtica musical. La fugida de les dones i dels joves de la ràdio musical, en part per canvis en els hàbits de consum musical provocats per l'aparició d'altres plataformes i dispositius, planteja nous reptes a la ràdio temàtica musical, mentre que la fortalesa de la ràdio generalista permet ser més optimista.

Pel que fa a l'estructura del mercat, el retorn d'iCat FM i el relançament de SER Catalunya (antiga SERCat) augmenta la competència en els dos tipus de ràdio dominants a Catalunya i reforça l'oferta de la ràdio en català.

Pel que fa a l'audiència de la ràdio generalista, el creixement es concentra sobretot en els líders, RAC1 i Catalunya Ràdio. No hi ha dubte que els fets polítics del 2017 i el 2018 poden explicar part d'aquest augment, però el creixement manifest d'oients mostra que no és un fenomen conjuntural. El líder, RAC1, guanya 115.000 oients des de l'any 2016 i Catalunya Ràdio en guanya 70.000.

Pel que fa a la ràdio temàtica musical, la pèrdua d'oients és general, però especialment per part de Ràdio Flaixbac, que perd el lideratge de 2016 i 2017 davant de Los 40 Principales en perdre 80.000 oients en dos anys. Europa FM i RAC105 en perden prop de 70.000 cada una.

Des del punt de vista social, la competència pel lideratge de la ràdio generalista entre Catalunya Ràdio i RAC1 i la forta posició de la ràdio musical en català fan que l'escolta de ràdio en aquest idioma guanyi 10 punts en només dos anys i se situï en el 73,2% sobre el total de consumidors del mitjà a Catalunya l'any 2017, quan el 2015 era del 64,1%.

## **8. Referències**

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2013): *Marco general de los medios en España 2013* [En línia]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2YtZpNj](http://bit.ly/2YtZpNj)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2014): *Marco general de los medios en España 2014* [En línia]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2YnASVX](http://bit.ly/2YnASVX)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2015): *Marco general de los medios en España 2015* [En línia]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2JVII6x](http://bit.ly/2JVII6x)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2016): *Marco general de los medios en España 2016* [En línia]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2SHqure](http://bit.ly/2SHqure)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2017): *Marco general de los medios en España 2017* [En línea]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2LHBmEE](https://bit.ly/2LHBmEE)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2018): *Marco general de los medios en España 2018* [En línea]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/2Z8jK81](https://bit.ly/2Z8jK81)

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2019): *Marco general de los medios en España 2019* [En línea]. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. [bit.ly/32zf1li](https://bit.ly/32zf1li)

ASSOCIACIÓ CATALANA DE RÀDIO (ACR) (2016): *Presentació de l'Informe sobre l'afectació de les ràdios il·legals de Catalunya* [En línea]. Barcelona: Associació Catalana de Ràdio. [bit.ly/2LrD9xk](https://bit.ly/2LrD9xk)

ASSOCIACIÓ CATALANA DE RÀDIO (ACR) (2019): *Informe de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya del període 2007–2018* [En línea]. Barcelona: Associació Catalana de Ràdio. [bit.ly/2SFLiiv](https://bit.ly/2SFLiiv)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2018): *Informe 2017. L'audiovisual a Catalunya* [En línea]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. [bit.ly/30GXum5](https://bit.ly/30GXum5)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2019): *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* [En línea]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Tercer quadrimestre del 2018, núm. 12. [bit.ly/2JLZEtV](https://bit.ly/2JLZEtV)

DEPARTAMENT DE CULTURA. GENERALITAT DE CATALUNYA (2016): *Informe de política lingüística 2015* [En línea]. Barcelona: Departament de Cultura (Generalitat de Catalunya). [bit.ly/2JBUR6](https://bit.ly/2JBUR6)

DEPARTAMENT DE CULTURA. GENERALITAT DE CATALUNYA (2017): *Informe de política lingüística 2016* [En línea]. Barcelona: Departament de Cultura (Generalitat de Catalunya). [bit.ly/2YX7XsZ](https://bit.ly/2YX7XsZ)

DEPARTAMENT DE CULTURA. GENERALITAT DE CATALUNYA (2018): *Informe de política lingüística 2017* [En línea]. Barcelona: Departament de Cultura (Generalitat de Catalunya). [bit.ly/2JKs8UK](https://bit.ly/2JKs8UK)

GENERALITAT DE CATALUNYA (2017): “La Generalitat engega un pla d'actuacions per protegir de forma activa l'espectre radioelèctric d'emissions il·legals” [En línea]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. [bit.ly/2Sr1ZhQ](https://bit.ly/2Sr1ZhQ)

GENERALITAT DE CATALUNYA (2019): “Registre d'Ajuts i Subvencions de Catalunya (RAISC)” [En línea]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. [bit.ly/30HwEKK](https://bit.ly/30HwEKK)

INFOADEX (2019): *Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2018. Resumen* [En línea]. Madrid: InfoAdex. [bit.ly/2SkMk3k](https://bit.ly/2SkMk3k)

